

GOVORICE IN NJIHOV NADZOR

Rumors and their control

Marko Polič* UDK 177.2:659.3

Povzetek Abstract

Govorice nastajajo v vsakdanjem življenju, še posebej ob nesrečah in drugih krizah, ko ljudje želijo osmisliti nejasno dogajanje. V članku so prikazane njihove značilnosti, dejavniki širjenja in možnosti ter načini spoprijemanja z njimi.

Rumors appear in everyday life, but they are especially prevalent during disasters and other crises when people want to make sense of what is going on. Rumor characteristics, factors influencing their spread, and ways of controlling them are presented in this study.

Opredelitev in značilnosti govoric

Že v normalnih razmerah se pogosto srečujemo z različnimi govoricami. Še več jih nastaja v izrednih razmerah, ob nesrečah, vojnah, neredih ipd., ko je malo obvestil, a veliko dogodkov. K njihovem nastanku prispevajo subjektivna pomembnost dogodka in pomanjkanje zanesljivih obvestil o njem ali pa njegova dvoumnost. Posamezniku govorice omogočajo, da s skupino preveri razmere. Ko vidi, da je njegovo razumevanje dogodka podobno razumevanju drugih, je bolj pripravljen na ukrepanje. Iskanje napotkov za delovanje v vedenju in razlagah drugih postaja v kriznih razmerah splošno pravilo. Govorice so torej nekakšen kolektivni odločitveni proces, med katerim nastanejo norme, ki usklajujejo delovanje posameznih članov. Te norme so značilen način sporazumevanja v kolektivnem vedenju, menita Turner in Killian (1972). Žal lahko govorice, manj ko so točne in bolj ko so zlobne, otežijo življenje posamezniku in skupnosti, motijo reševalne ali druge ukrepe, normalno delovanje ipd.

Govorice lahko opredelimo kot sporazumevanje, v katerem ljudje v nejasni situaciji skušajo priti do smiselne razlage dogajanja. Allport in Postman jih opredeljujeta kot »poseben predlog za prepričanje, ki prehaja od ene do druge osebe, običajno ustno, brez obvestila o tem, kako se ga da preveriti«. Videli bomo, da nista ne ustni in ne linearni prenos nujna. Govorice se npr. lahko širijo preko spleta in sredstev javnega obveščanja, posameznik jih lahko prenese več osebam itn. Zvonarevič (1978) pravi, da je govorica »navidez resnično obvestilo, ki se širi ustno in katerega resničnosti ni mogoče neposredno preveriti«. DiFonzo in Bordia (2007) jih opredeljujeta kot »nepreverjeno in instrumentalno primerno informacijo v obtoku, ki nastane na ozadju dvoumnosti,

nevarnosti ali možne grožnje in pomaga ljudem osmisliti in obvladati nevarnost«. Ta, morda najustreznejša opredelitev, omenja nepreverjenost (in ne neresničnost), ustreznost, pogoje nastanka in vlogo govoric. Velja, da govorice zasedajo kontinuum od resničnosti do neresničnosti, niso pa uradno potrjene. Nastajajo v dvoumni ali/ in grozečih razmerah. Ljudje slabo prenašajo dvoumnost, saj je razumevanje razmer in učinkovito delovanje eden ključnih človeških motivov. Kadar dogodki niso jasni ali ko so razmere brez smisla, se posamezniki obrnejo na skupino, da bi razumeli razmere in delovali. Govorice nastanejo, ko skuša skupina osmisliti dvoumne, negotove ali zmedene razmere. Ljudje, kakor meni Shibutani (po Di Fonzo in Bordiji, 2007), nadomeščajo odsotno formalno informacijo z neformalno razlago razmer. Govorice torej predstavljajo proces skupinske razlage nejasnih razmer, so poskus njihovega osmišljanja. Ta, čeprav zmotna razlaga, predstavlja obliko »drugotnega nadzora« nad dogajanjem, torej njegovo razlago v smiselnem okviru, kar ljudem nudi občutek nadzora. Tudi take razlage morajo ustrezati določenim merilom verodostojnosti – če so ta visoka, so govorice podobne odkrivanju dejstev, če so nizka, gre za govorice v ožjem pomenu.

Obstajajo tudi pojavi, ki so podobni govoricam, npr. opravljanje, urbane legende in seveda novice. Preglednica 1 prikazuje značilnosti teh različnih komunikacijskih pojavov.

Ali bo neko sporočilo postalo govorica, je torej odvisno predvsem od njegove pomembnosti in obsega (ne) podprtosti z dejstvi. Na podlagi drugih lastnosti se govorice razlikujejo od ostalih podobnih pojavov. Meje med naštetimi pojavi niso ostre in prehajajo drug v drugega. Vse naštete oblike komuniciranja obveščajo ljudi in so namenjene zadovoljevanju socialnih in psiholoških potreb.

* prof. dr., Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Oddelek za psihologijo, Aškerčeva 2, Ljubljana, marko.polic@guest.arnes.si

| Lastnost | Govorica | Novica | Opravljanje | Urbane legende |
|----------------------|--------------|--------------|-------------|----------------|
| zaznana pomembnost | visoka | visoka | nizka | nizka |
| zasnovan na dejstvih | ne | da | da ali ne | ne |
| usmerjen na ljudi | da ali ne | da ali ne | da | da ali ne |
| konotacija | - ali + | - ali + | - | - ali + |
| zabavnost | nizka–visoka | nizka–visoka | velika | velika |
| zaznana uporabnost | visoka | visoka | nizka | nizka |

Preglednica 1. Značilnosti govoric, novic, opravljanja in urbanih legend (prirejeno po Kimmelu, 2004 ter DiFonzu in Bordiji, 2007)

Table 1. Characteristics of rumors, news, gossip and urban legends (after Kimmel, 2004 and DiFonzo and Bordia, 2007)

Vrste govoric

Govorice lahko razvrstimo po različnih vidikih, časovnem (ponavljajoče se, enkratne), vsebini (o proizvodih, nesrečah, zločinih), načinu nastanka (spontane, namerne), motivacijskem (strašilne, o željah, sovražne, radovednostne), kraju (znotrajorganizacijske, zunanje) itn. Med najbolj znanimi so govorice, ki nastajajo med



Slika 1. Zaporedna veriga prenosa govoric, kakor jo kaže znana slika Normana Rockwella »Opravljanje«, objavljena leta 1948 na naslovnici Saturday Evening Posta. Poznejše raziskave so pokazale, da prenos ni enosmeren in linearen, kakor so menili prvi raziskovalci (<http://images.google.si/images?hl=sl&um=1&q=Norman+Rockwell+painting&sa=N&start=546&ndsp=21> - sneto 28. 3. 2009)

Figure 1. The serial transmission chain, as shown in the famous Norman Rockwell painting 'The Gossip', published on the cover of the Saturday Evening Post. Later studies showed that transmission is neither one way nor linear, as was believed by the first researchers into this subject.

vojno. Allport in Postman (po Zvonareviću, 1978; Šibru, 1992) sta na podlagi izsledkov svoje raziskave 4000 govoric med drugo svetovno vojno v ZDA le-te razvrstila v pet skupin:

- **govorice sovraštva** so med vojno najpogostejše in spodbujajo sovraštvo med posameznimi deli prebivalstva, med zavezniki, do določene družbene skupine ipd. Pogosto je njihova žrtev manjšinska skupina; pogosto tudi vnaprej določijo »krivca« za neuspeh ali nesrečo;
- **govorice bojzni in strahu** precenjujejo vse pomanjkljivosti in neuspehe in so namenjene vnašanju bojzni in strahu;
- **govorice bežanja od resničnosti** prinašajo razne nemogoče, vendar demoralizirajoče domneve. Vodijo do neustreznega odnosa posameznikov in skupin do resničnega problema. Podcenjujejo ali precenjujejo težo dogodka, nevarnost, sovražnika, ustvarjajo nestvarne upe, ki vodijo v velika razočaranja, itn.;
- **govorice o nadnaravnih čudežih**, s katerimi skušajo dvigniti moralo. Nastajajo v trenutkih hude krize, ob izgubah in v neznosnih življenjskih razmerah;
- **govorice radovednosti** vzpodbujajo radovednost in so podobne običajnemu opravljanju in klevetanju. Ljudje želijo vedeti, kaj se dogaja okoli njih, in razmere razložiti čim preprostejše.

Najbrž bi analiza govoric, ki nastajajo v drugačnih razmerah, k temu seznamu dodala še kakšno, kajti situacija vsekakor vpliva na vsebino govoric. Pri njihovem nastanku in razvoju so aktivni vsi, ni zgolj pasivnih poslušalcev. Tudi poslušalec namreč vpliva na to, kaj bo slišal, vstopa v interakcijo s pripovedovalcem in pozneje kot pripovedovalec prikrroji zgodbo.

Obstajajo še delitve govoric po drugih dejavnikih. Tako Fearn-Banks (2002) razlikuje šest vrst govoric:

- **namerne govorice** se začnejo zaradi doseganja nekega namena (npr. v finičnem svetu zaradi dviga cene delnic);
- **prenagljene dejstvene govorice** predstavljajo zgodnjo različico tistega, kar bo morda postalo resnica (npr. zaposleni sliši govorico o odpuščanju); zanikanje tovrstnih govoric lahko naredi več škode kakor molk;
- **zlobne govorice** se začnejo z namenom, da bi komu škodovali (npr. da si je nekdo prisvojil pomoč);

- **pretirane govorice** so tako neverjetne, da jim ljudje verjamejo, »češ, kdo bi si kaj takega izmislil«;
- **skoraj resnične govorice** so delno resnične. Ko jih slišijo, ljudje pripišejo verodostojnost delu zgodbe in sklepajo, da je resnična v celoti;
- **rojstnodnevne govorice** so tiste, ki nastajajo znova in znova tako kakor rojstni dan.

Očitno je seveda, da se posamezne vrste govoric prekrivajo. Govorica je lahko hkrati namerna in zlobna, skoraj resnična in ponavljajoča se itn.

Kapferer (1990; po Kimmelu, 2004) razlikuje govorice glede na njihovo poreklo, tj. vzroke ali izvor glede na to, ali izvirajo iz (a) dogodka, (b) podrobnosti ali (c) domišljije. V prvem primeru gre za govorice, ki izvirajo iz novic, ki javnosti niso bile dovolj pojasnjene, da bi v celoti razumela dani dogodek. Druga vrsta govoric se razvije v odvisnosti od neke podrobnosti ali znaka, ki v začetku ni pritegnil pozornosti, pozneje pa sproži govorice, npr. rojstvo deformirane živali v bližini jedrske elektrarne lahko sproži govorice o nevarnem sevanju. Povečana pozornost se lahko usmeri na prej nepomembne podrobnosti. Zadnja vrsta govoric izvira iz nepotrjenih zgodb, ki nimajo stvarne podlage, ampak so plod domišljije.

Širjenje govoric

Za širjenje govoric so po Šibru (1992) potrebni vsaj štirje pogoji:

- **zanimivost vsebine.** Vsebina govorice mora biti zanimiva, da pritegne pozornost ljudi;
- **občutek negotovosti.** Za nastanek in širjenje govoric so pomembni čustvena vpletenost, želje in bojazni. Zato so govorice pogoste med vojnami in nesrečami;
- **pomanjkanje obvestil.** Kadar ljudi dogodek zanima, pa ni dovolj ustreznih obvestil o njem, jih začenejajo bodisi spontano ustvarjati sami bodisi nekritično sprejemati;
- **obstoj kohezivne socialne skupine.** Govorice se širijo ustno, za kar potrebujejo socialni prostor. Največ govoric nastane v skupinskem načinu življenja, zlasti če gre za dokaj odrezano skupino (npr. vojska, vaško okolje).

Rosnow (po Emlerju, 1995) na podlagi metaanalize eksperimentalnih raziskav govoric navaja štiri dejavnike, ki so pomembni za njihovo širjenje: osebna bojazen, splošna negotovost, lahkovernost in ustrežna vpletenost. Bojazen naj bi imela najmočnejši vpliv, negotovost pa najmanjšega. Vrstni red se delno razlikuje od prej omenjenih ugotovitev. Žal nimamo podatka o vrsti govoric, ki so jih analizirane raziskave proučevale, znano pa je, da se govorice pogosto nanašajo na zunanje skupine, na »tiste druge«. Tako niso namenjene zmanjševanju bojazni pred drugimi, ampak njenemu opravičevanju.

Govorice so torej del kolektivnega vedenja, ki nastane, ko utrjene organizacije prenehajo usmerjati in omogočati dejavnost. V kritičnih situacijah teh smernic in obvestil ni več mogoče preverjati na običajen način. Poti sporazumevanja so lahko zaprte zaradi okvare, preobremenjene (kar se pogosto dogaja s telefonskimi zvezami v ogroženem kraju) ali pa so njihovi običajni viri obvestil močno omejeni. Včasih so tudi uradna obvestila taka, da jim ljudje težko verjamejo in jih zavračajo. Toda pogoj za vsako usklajeno človeško vedenje je sporazumevanje. Takšno ali drugačno.

V krizni situaciji lahko nastane potreba po pojasnilu, ki ni na voljo, ker nikoli prej ni bilo potrebno. Na voljo so neformalni in neobičajni viri. Kljub radijskim in drugim obvestilom ljudje iščejo potrditve in dopolnjevanja v medsebojni izmenjavi obvestil, ki jih vzpodbuja tudi padec socialnih pregrad. Komunikacijska mreža ubira nove poti in preko običajnih skupinskih mej, čeprav širjenje govoric določa tudi prej obstoječi socialni ustroj. V novi in nejasni situaciji se ljudje obračajo na druge, ki so soočeni z enakimi težavami. Iskanje napotkov v vedenju in razlagah drugih je splošni odziv na nevarnost.

Govoric je toliko več, kolikor pomembnejša je tema za ljudi in kolikor dvoumnejša so obvestila o njej. Allport in Postman (po Milgramu in Tochu, 1969) sta ugotovila temeljno zakonitost govoric, po kateri je jakost govorice (pogostost, hitrost in obseg širjenja) še neznan funkcija zanimanja za prenašano in dvoumnosti razmer (nepopolnosti ali nepreverenosti obvestila):

jakost govorice = f (zanimanje x dvoumnost)

Govorice odražajo tudi individualne psihične značilnosti oseb, ki jih prenašajo, saj ljudje vanje vnašajo svoja pričakovanja in želje. Njihova glavna motiva sta izkazovanje sovraštva in/ali iskanje smisla. Prvi omogoča racionalizacijo lastnih čustev, drugi odgovarja na vprašanje, zakaj.

Prasad (1935; po Kimmelu, 2004) je na podlagi analize govoric ob potresu, ki je leta 1934 prizadel Bihar v Indiji, ugotovil, da dodatno k dvoumnim, neznanim in nepreverljivim prvinam, k nastanku in širjenju govoric prispevajo tudi čustveno vznemirjujoči in strah vzbujajoči pogoji. Tesnoba (afektivno stanje, za katero je značilna zaskrbljenost zaradi prihodnjih dogodkov), nastala zaradi čustveno nestabilnih razmer, nudi motivirajočo silo za nastanek govoric. K Allportovi in Postmanovi formuli lahko tako dodamo še tesnoba.

Težava z govoricami in odkrivanjem njihovega izvora je, da jo lahko vsak udeleženec v širjenju spremeni in tako tudi sam postane njen delni vir. V procesu širjenja se sicer prenašalec sklicuje na nek vir (»prebral sem v časopisu... /katerem?/«, »iz zanesljivih virov sem izvedel.../katerih?/«, »znanec mi je povedal.../kateri?/«); ki pa ga ni mogoče preveriti. Rosnow (po Fearn-Banksovi, 2002) je ugotovil, da govorice širijo predvsem tisti, ki vanje najbolj verjamejo. Tisti, ki v govorico ne verjame,



Slika 2. Govorice in zaznavna pričakovanja – primer slike iz raziskav Allporta in Postmana (1947; po Kimmelu, 2004). Izkrivljenje sporočila (kdo drži britev) je odvisna od značilnosti opazovalca

Figure 2. Rumors and perceptual expectations – an example of a slide from the Allport and Postman (1947; po Kimmelu, 2004) experiment. Message distortions (who holds the razor) are a function of the characteristics of the perceiver.

- **izravnavo**, pri kateri se zgodba krajša in izpuščajo podrobnosti, vsebina postane bolj izenačena, »izravnana«;
- **dodajanje** novega gradiva ali podrobnosti k vsebini govornice; gre za nasproten proces izravnavi;
- **izostritev** , kjer gre za izbirno zaznavo, prilep in poročanje o nekaterih podrobnostih ter za zanemarjanje drugih;
- **asimilacijo** , kadar k prvotni vsebini dodajamo oblike in pomene v skladu z navadami, željami in pričakovanji osebe, ki prenaša govornico. Poznamo več vrst asimilacije, npr. asimilacijo na glavno temo, na pričakovanja, na jezikovne navade itn. Prispeva k temu, da je zgodba skladnejša, preprostejša, popolna, bližja našim pričakovanjem itn.

je ne širi. Na splošno se širijo zato, ker ljudje verjamejo, da gre za novice in ker so te »novice« čustveno povezane z njihovimi življenji. Kimmel (2004) je odkril, da bolj ko so ljudje preplašeni zaradi govornice, bolj verjetno jo bodo ponovili, saj s ponavljanjem nečesa, kar nas plaši, lahko odkrijemo bodisi kakšno nasprotno dejstvo, ki nas umiri, lahko pa se strahovi še povečajo, če poslušalec verjame v pripovedovano. Govornice se širijo tudi zato, ker ljudje ne zaupajo oblasti ali ker pripovedovalci želijo biti tisti, »ki so obveščeni«, pa tako nadaljujejo s širjenjem govornice.

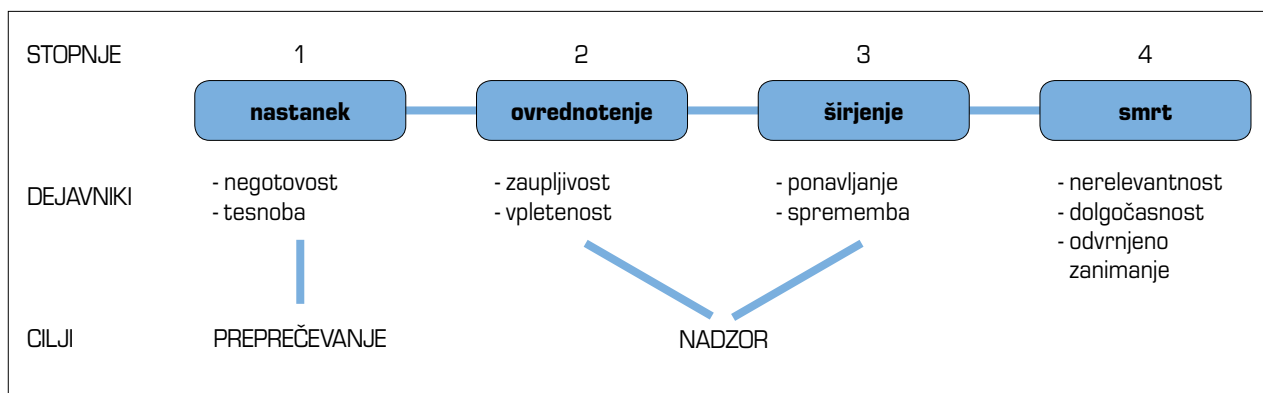
Asimilacija na glavno temo se nanaša na pojavljanje vodeče teme kot okvira, v katerega se umeščajo podrobnosti, zaradi česar postane zgodba skladnejša. Asimilacija na zaprtost kaže na načelo, znano iz gestalt psihologije, kot težnja po preoblikovanju dogodkov s poenostavljanjem in dobro obliko. Asimilacija z zgostitvijo se nanaša na združevanje več postavk v eno (npr. namesto opisa posameznikov, omemba več ljudi). O asimilaciji na pričakovanje govorimo takrat, kadar se naša pričakovanja ne uresničijo, a jih pri obnovi vstavimo na pričakovano mesto (npr. lekarno, ki je na sliki v sredini ulice, postavijo na vogal, kjer so bile v tistem času v ZDA običajno lekarne). Asimilacija na jezikovno navado se kaže kot težnja uskladiti dogodke z jezikovnimi klišeji (npr. o muslimanu poročajo kot o »teroristu«).

Preoblikovanje vsebine

Govornice napolnijo prazen prostor, ki nastane zaradi pomanjkanja ali nezaupanja v druge (uradne) vire obveščanja. Kakšne sploh so govornice? Allport in Postman menita, da gre za napredujoče izkrivljanje prvotno točne trditve. Med procesom t. i. vlaganja zgodba dobiva preprosto in smiselno obliko in vsebino, ki je prilagojena posameznikovim interesom in izkušnjam. Pri vlaganju gre za štiri procese (DiFonzo in Bordia, 2007):

Razvoj govornic

Razvoj govornice lahko razdelimo v štiri stopnje (Kimmel, 2004): nastanek, ovrednotenje, širjenje in smrt. Govornice nastanejo v negotovih časih in zadevajo pomembna vprašanja. Sledi ovrednotenje njihove verjetnosti na individualni in skupinski ravni. Če ustreza merilom se začne širjenje. Na vsaki od teh točk se lahko spoprimemo z govornicami. Z nekaterimi strategijami preprečujemo njihov nastanek, z drugimi znižamo njihovo verodostojnost in s tretjimi se lotimo prenosa.



Slika 3. Stopnje razvoja govornice, kritični dejavniki in cilji organizacije (Kimmel, 2004)

Figure 3. Stages of the rumor life-cycle, critical factors and organizational objectives (Kimmel, 2004)

Od česa je odvisna učinkovitost govoric? Če so skladne z obstoječimi stališči, jih je težje zavrniti. Enako velja, če izvirajo iz vira, ki je zaznan kot verodostojen. Zato se govorice med širjenjem pogosto pripisujejo takim virom. Večkrat ko se govorica ponovi, bolj se zdi verjetna.

Govorice ne bi bile tako pomembne, če ne bi vplivale na človeško vedenje. Govorice med nesrečo lahko vodijo v panična in fatalistična vedenja (npr. poskus zapuščanja kraja, opustitev pomembnih poljedelskih dejavnosti ipd.).

Spoprijemanje z govoricami

Če vemo, da govorice nastajajo zaradi doseganja spoznavne jasnosti nejasne situacije med nesrečo ali



Slika 4. Širjenje prehrabnenih neredov v Angliji (po Milgramu in Tochu, 1969)

Figure 4. The spread of food riots in England (after Milgram and Toch, 1969)

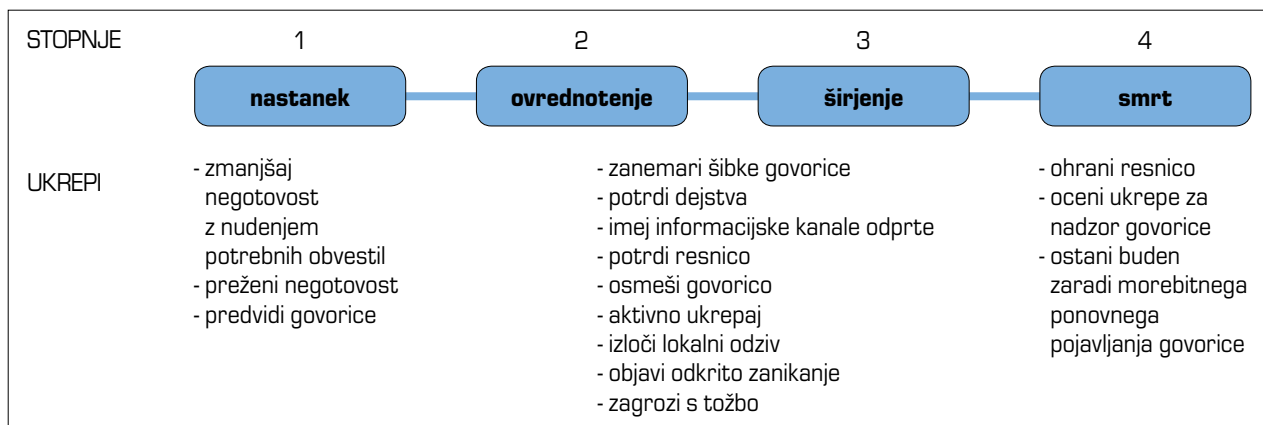
vojno, je tudi jasno, kako se je treba proti njim boriti. Situacijo je treba pravočasno čim bolj pojasniti. Zmanjšati je treba negotovost. Če ni mogoče uporabiti običajnih poti, je treba takoj najti nove načine obveščanja. Ljudje niti za trenutek ne smejo ostati neobveščeni. To pomeni, da je zelo pomembno stanje pred dogodkom. Ali ljudje vedo, kaj vse se jim lahko zgodi? Ali obstajajo alternativni sistemi obveščanja? Ali obstajajo viri obvestil? In nenazadnje, ali ljudje zaupajo uradnim virom obvestil? Veliko težji način preprečevanja govoric je zaustavljanje njihovega širjenja.

Pri širjenju govoric moramo omeniti še eno dejstvo. Še pred kratkim so se obvestila širila počasi in od izhodišča in njihovem toku ni bilo težko slediti. To dobro kaže širjenje prehrabnenih neredov iz južne v osrednjo Anglijo v 19. stoletju. Danes sodobna sredstva obveščanja (telefon, radio, TV, internet) omogočajo bliskovito širjenje govoric tudi v najbolj oddaljene kraje.

Čeprav ni receptov za spoprijemanje z govoricami, vendarle obstaja nekaj splošnih napotkov o tem, kako se izogniti krizi, ki bi jo povzročile govorice (Fearn-Banks, 2002):

1. Glede na to, da je žrtev govoric običajno zadnja, ki zanje izve, je smiselno vzpostaviti center za govorice, ki bi spremljal morebitni nastanek govoric. Smiselna je tudi »vroča« zveza za obveščanje o govoricah.
2. Usposobite sodelavce za spoprijemanje z govoricami na posebnih delavnicah. Pri tem upoštevajte, katere vrste govoric bi bile za vašo organizacijo najbolj škodljive. Proučite govorice, ki so že škodovala podobnim organizacijam.
3. Poskrbite za močne in pozitivne odnose z javnostjo; tako bo ta ob izpostavljenosti vsaj podvomila v resničnost govoric, če jih že ne bo v celoti zavrnila.
4. Sodelavci naj bodo obveščeni, saj neobveščeni predstavljajo plodna tla za širjenje govoric. Obveščajte jih tudi o težavah in slabih novicah. Govorice so vedno slabše kakor resnica.

Kaj storiti, ko govorice že nastanejo? Predvsem jih je treba zavrniti, vendar se je treba zavedati, da gola zavrnitev ni nikoli tako zanimiva kakor govorica sama.



Slika 5. Vzorčne strategije za preprečevanje in nevtraliziranje govoric (Kimmel, 2004)

Figure 5. Sample strategies for preventing and neutralising rumors (Kimmel, 2004)

Zavrnitev bo toliko učinkovitejša, kolikor je njen vir verodostojnejši. Z dejstvi je treba zavrniti vsako točko govorice in ne podati zgolj splošnega zanikanja. Pri tem ni treba omenjati govorice same, saj je ne želimo širiti. Ko govorica že kroži, jo je treba analizirati, da bi po možnosti odkrili njen izvor in namen ter možen nadaljnji potek.

Govorice je treba začeti zavračati takoj. Dlje ko se širijo, težje jih je nadzirati, predvsem zaradi naslednjih dveh dejavnikov njihove dinamike: (1) med širjenjem se govorica razvije v prepričljivejšo različico in jo je zato težje zavrniti; (2) večkrat ko ljudje slišijo govorico, bolj ji verjamejo. Govorico lahko zanemarimo le tedaj, če je neškodljiva, ali ocenimo, da bo zamrla sama od sebe.

Sklepne misli

Govorice se kažejo kot dinamičen in zapleten pojav z mnogimi vzroki, dejavniki in pojavnimi oblikami. Med nesrečami lahko – odvisno od vrste – povzročijo zmedo, strah, neupoštevanje navodil ali preprosto prizadenejo ljudi. Zato jih je treba spremljati, jih po možnosti preprečiti s celovitim in pravočasnim obveščanjem prizadetih in ob njihovem nastanku ustrezno ukrepati.

Viri in literatura

1. DiFonzo, N., Bordia, P., 2007. Rumor Psychology. Washington, APA.
2. Emler, N., 1995. Rumor. V: A. S. R. Manstead, M. Hewstone (Eds.). The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology, Oxford: Blackwell, 487–8
3. Fearn-Banks, K., 2002. Crisis Communication, Mahwah, LEA.
4. Kimmel, A. J., 2004. Rumors and Rumor Control. Mahwah, LEA.
5. Lerbinger, O., 1997. The Crisis Manager. Mahwah, LEA.
6. Milgram, S., Toch, H., 1969. Collective Behavior: Crowds and Social Movements. V: Lindzey, G., Aronson, E. (Eds.). The Handbook of Social Psychology, vol. 4., London, Addison-Wesley Publishing Company, 507–610.
7. Pratkanis, A., Aronson, E., 1991. Age of Propaganda. New York, W. H. Freeman.
8. Sampson, E. S., 1976. Social psychology and contemporary society. New York, Wiley.
9. Šiber, I., 1992. Politička propaganda i politički marketing. Zagreb, Alinea.
10. Turner, R. & Killian, L., 1972. Collective Behavior. Englewood Cliffs, Prentice Hall.
11. vanGinneken, J., 2003. Collective behavior and public opinion. Mahwah, LEA.
12. Zvonarević, M., 1978. Socialna psihologija, Zagreb: Školska knjiga.